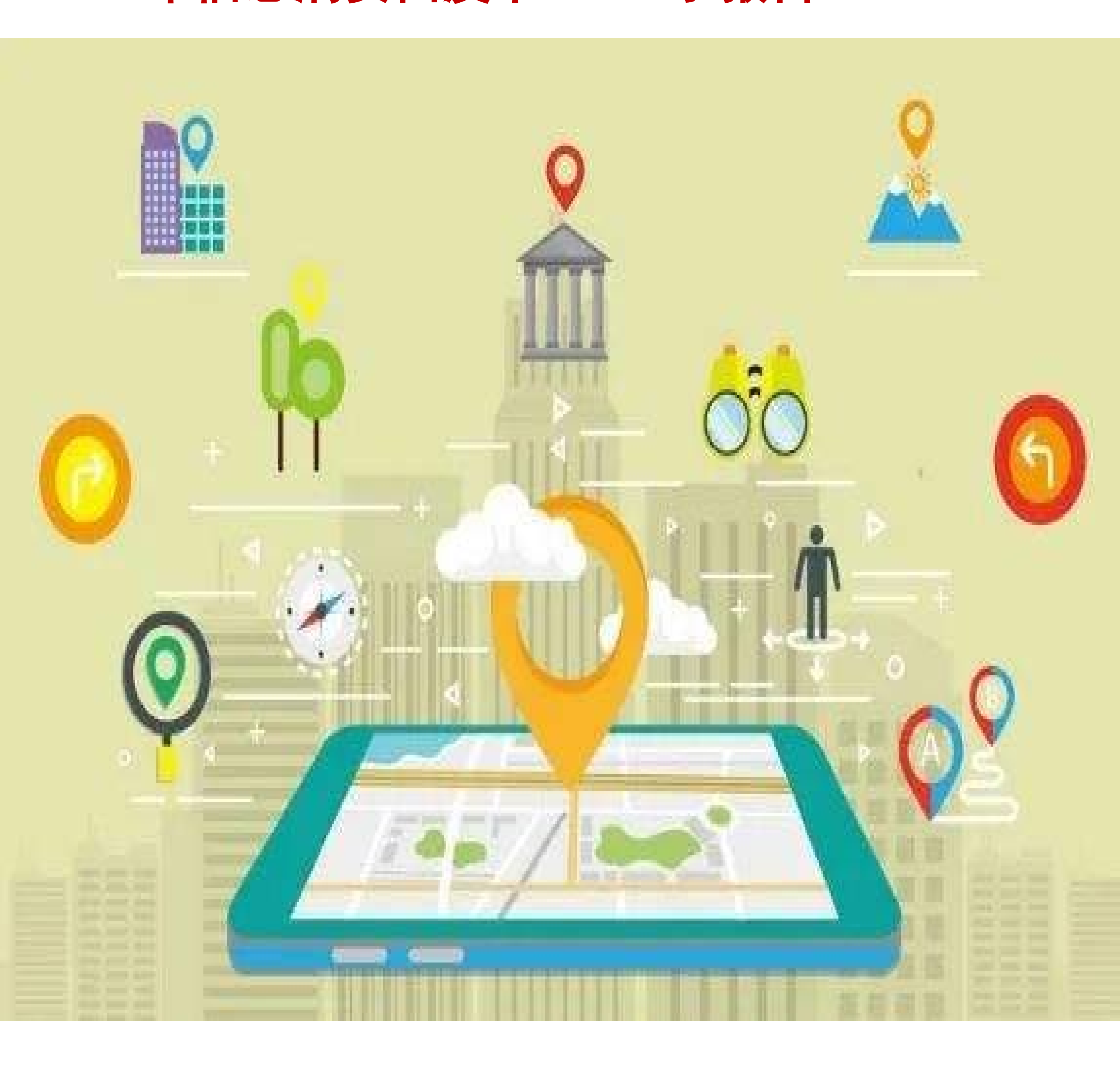
CAICT 中国信通院

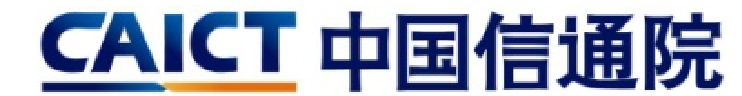
2020年信息消费白皮书—— 子报告



中国居民信息消费调查报告

（2020年）

中国信息通信研究院


CAICT 中国信通院



调查说明

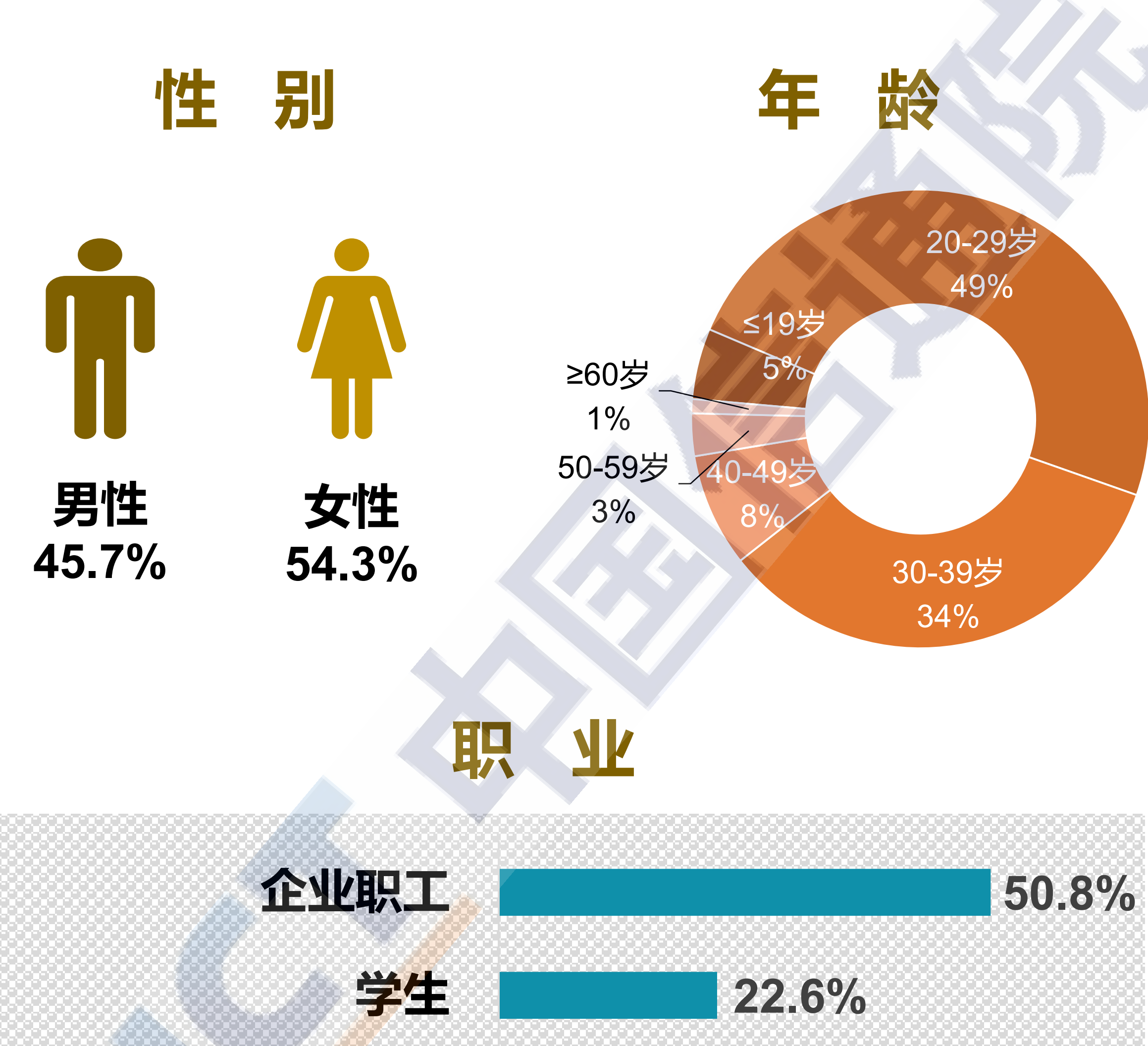
样本地域分布

西部 30.0%
东部 35.2%
中部 34.8%

东部	北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南
中部	山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南
西部	四川、重庆、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆、广西、内蒙古

- ✓ 样本范围：覆盖全国31省（自治区、直辖市）
- ✓ 样本数量：10256个有效样本
- ✓ 调查方式：基于中国信通院互联网调查平台
- ✓ 调查时间：2020年6月-9月

样本人群分布



职　业

企业职工	50.8%
学生	22.6%
机关及事业单位人员	14.6%
自由职业及个体户	8.9%
无业、离退休人员	1.2%

✓ 调查对象覆盖各类人群，具有充分代表性



调查结论

2020年中国居民信息消费

十大特征

1 消费者行为年龄有别地域无界

2 疫情催生的融合消费加速培育消费习惯

3 网络购物创新模式层出不穷

4 线上教育医疗等发展型消费需求爆发

5 共享消费成为日常生活方式

6 智能化集成化信息产品受到热捧

7 新职业新就业孕育而生

8 在线支付手段更加智能便捷

9 消费载体越来越丰富多元

10 信息消费需供给质量和环境保障护航

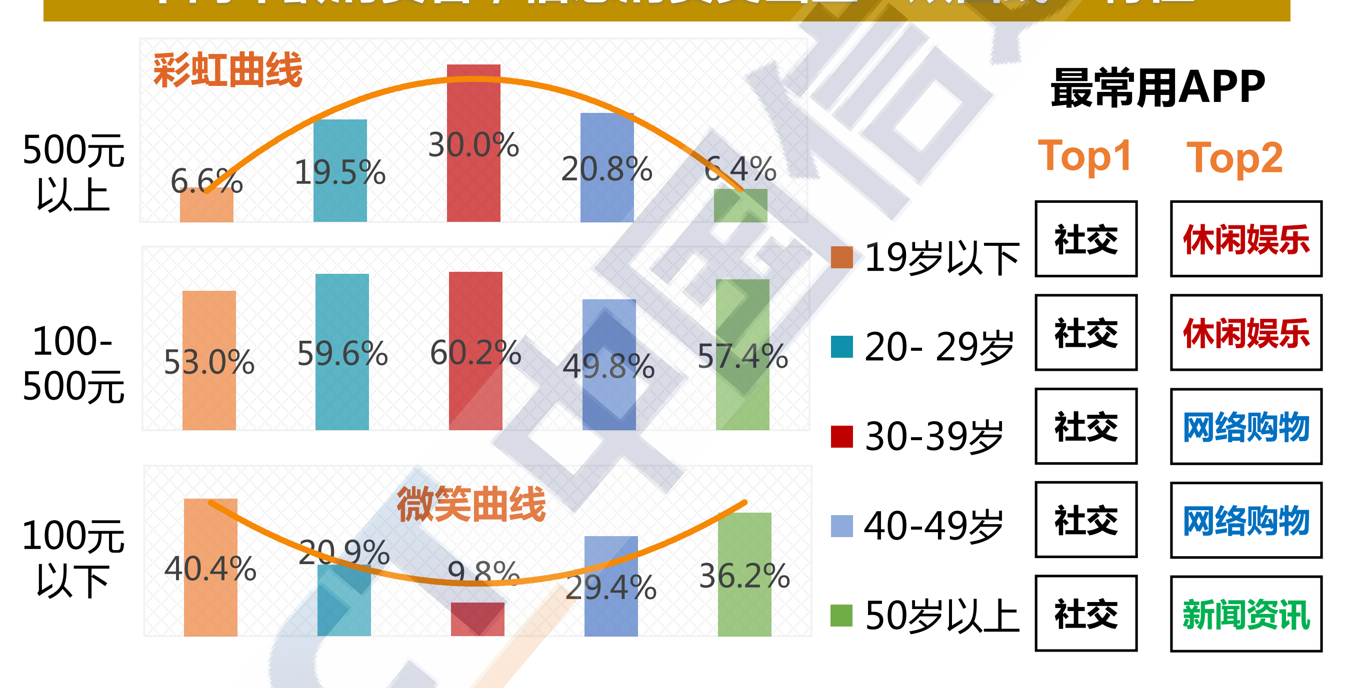
01 消费者行为年龄有别地域无界

30-39岁消费者，信息消费能力及意愿最强。

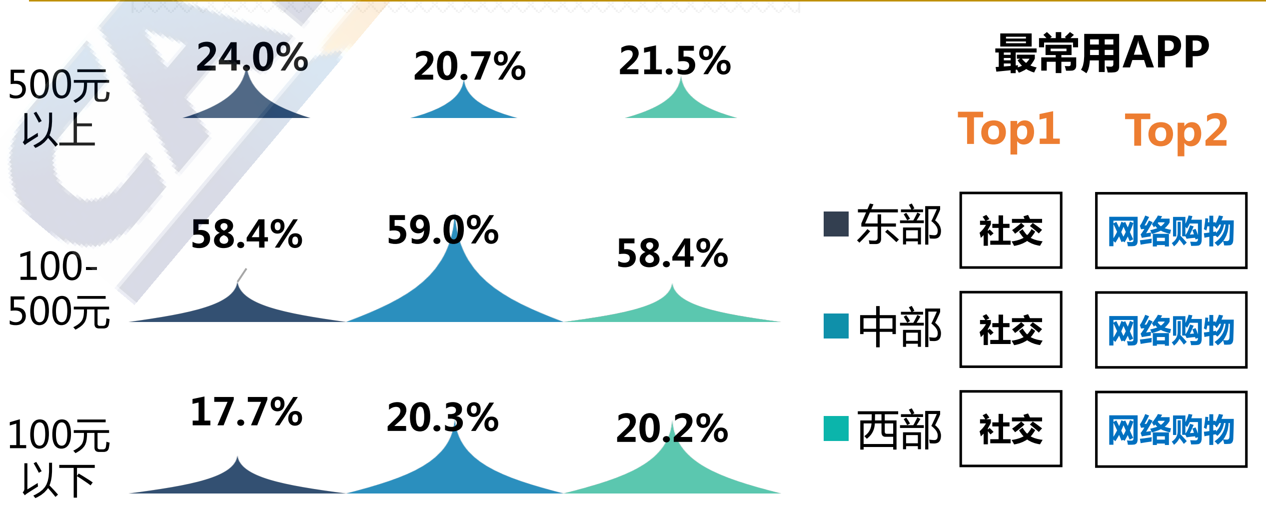
30岁以下更偏爱休闲娱乐，50岁以上更关心新闻资讯。

东中西部的消费者，在信息消费支出、应用偏好等方面基本趋同。

不同年龄消费者，信息消费支出呈“双曲线”特征



不同地域消费者，信息消费行为差异不显著

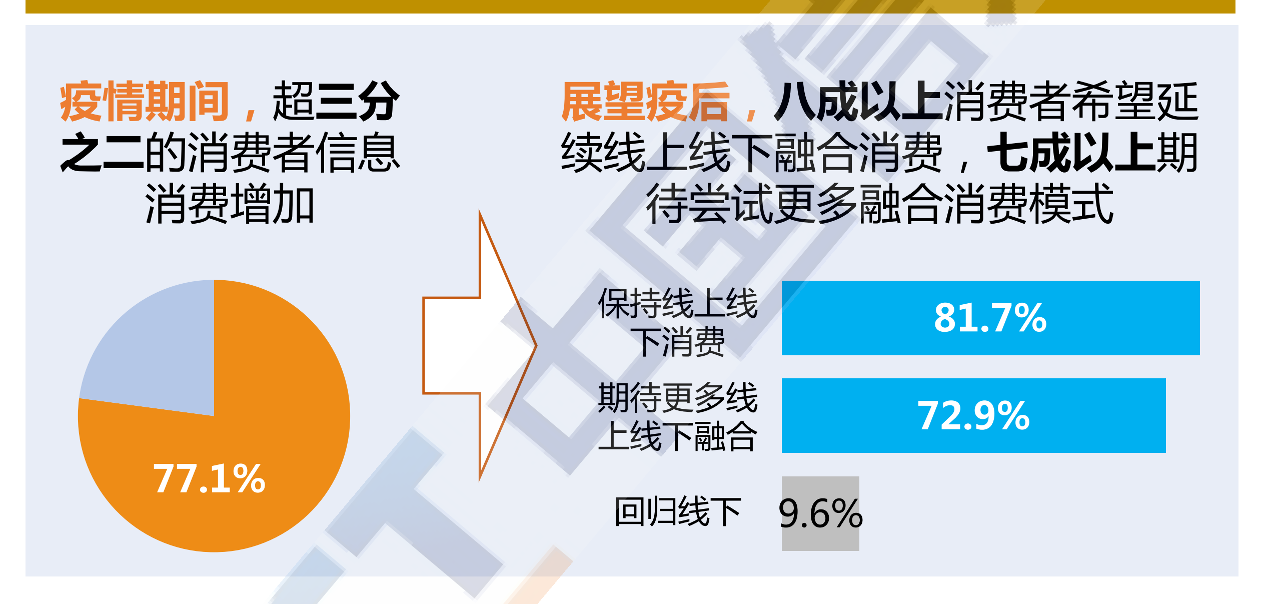


02 疫情催生的融合消费加速培育消费习惯

疫情防控加速推动线上线下消费融合、培育融合消费新场景，促进居民信息消费习惯养成。

双向融合消费与实体经济数字化转型形成良性互动。

疫中疫后，线上线下融合消费习惯加快养成



疫情期间，供需对接催生出更多的融合消费新场景



在线医疗 95.5%



线上教育 93.6%



视频会议 89.9%



吃货助农 52.1%

云健身

云运动 38.8%



就业共享 27.0%



云旅游 21.4%



云K歌 20.6%



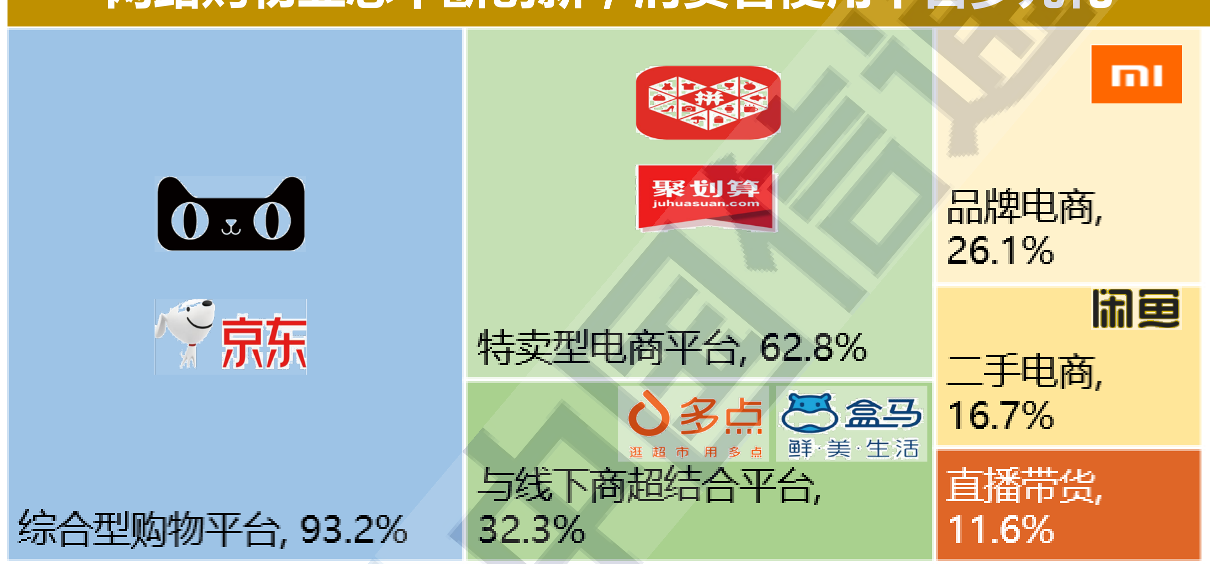
直播卖车 13.2%

新型信息消费场景的使用率

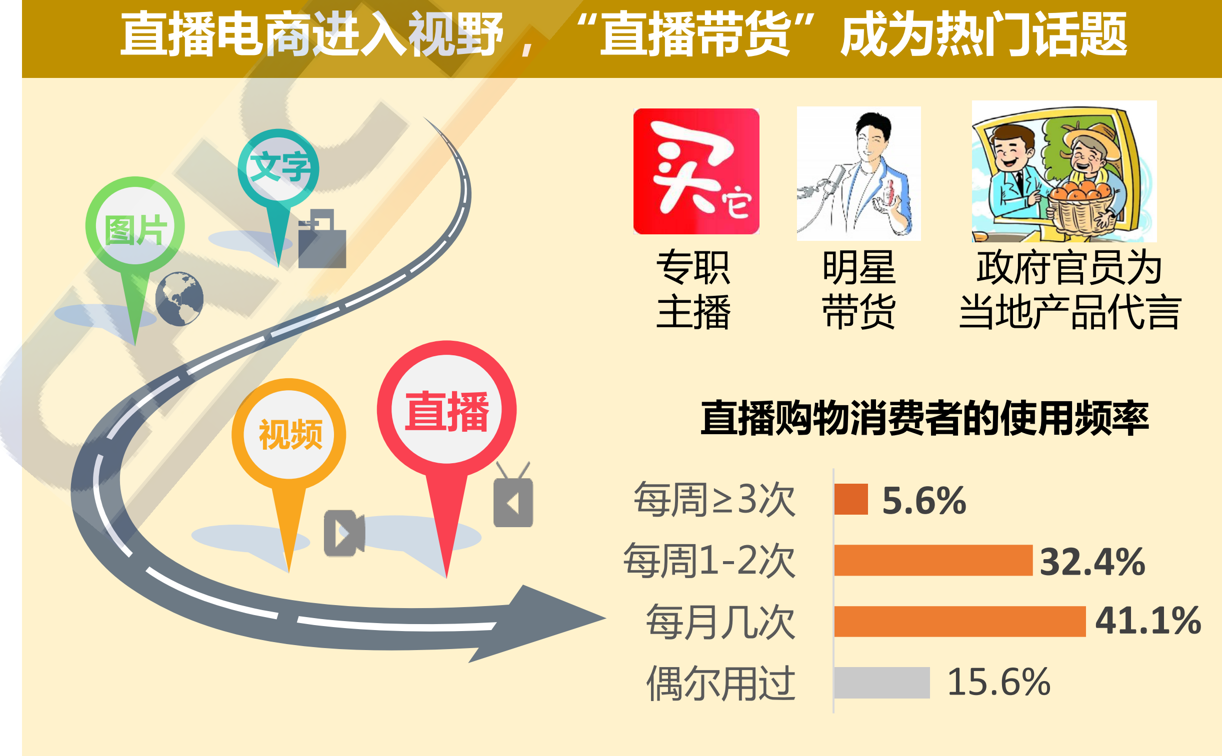
03 网络购物创新模式层出不穷

新业态、新模式促进网络购物不断向细分多元的领域拓展。直播购物从无到有，快速兴起，占据电商市场一席之地。

网路购物业态不断创新，消费者使用平台多元化



直播电商进入视野，“直播带货”成为热门话题



04 线上教育医疗等发展型消费需求爆发

消费升级、疫情防控等因素驱动在线教育、医疗、办公等发展型信息消费普及提速。

发展型消费成为继生活娱乐之后，信息消费增长的新亮点。

线上教育内容品类丰富，互动教学倍受欢迎

学校课堂教育	46.1%
职业技能学习	41.3%
成人教育/继续教育	33.1%
课外辅导班	29.5%
绘画乐器等艺术类	22.9%



在线直播	76.7%
在线辅导	11.2%
录播视频	79.1%

在线医疗 满足无接触式需求



预约门诊/医生	63.9%
远程问诊/会诊	54.5%
健康监测	43.2%
网上药品销售	30.9%
医保手续办理	18.6%
远程探视	15.4%

远程办公/会议 开启工作新模式

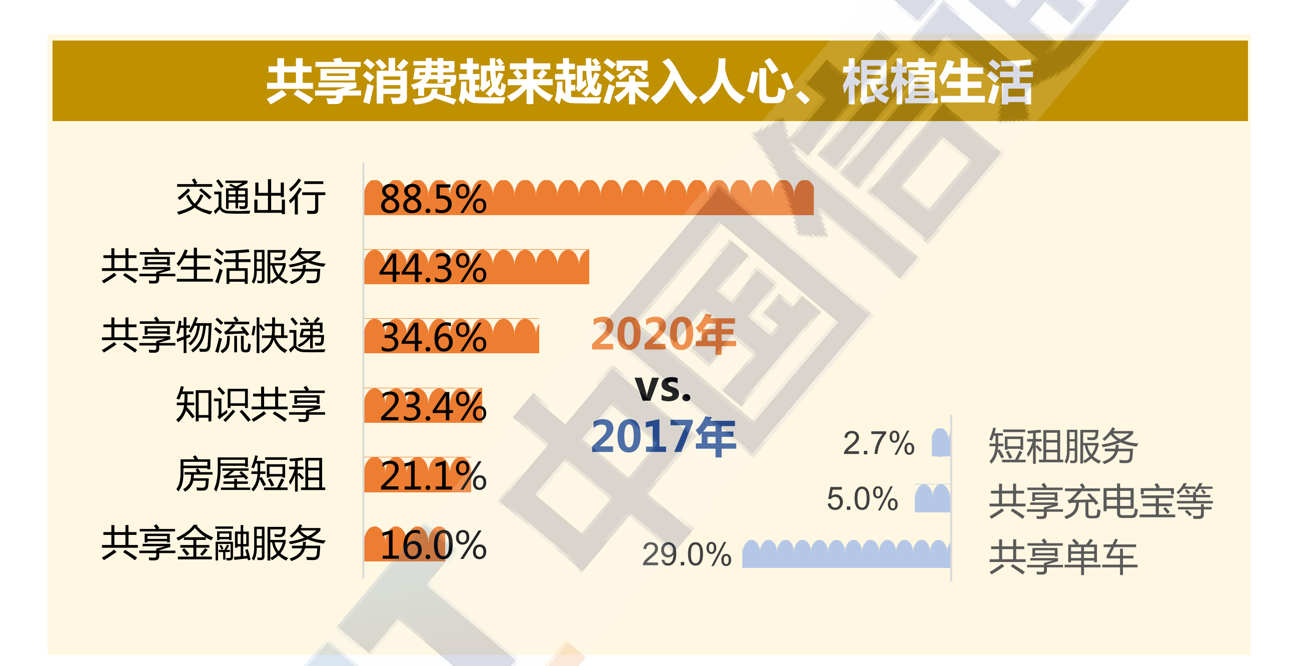


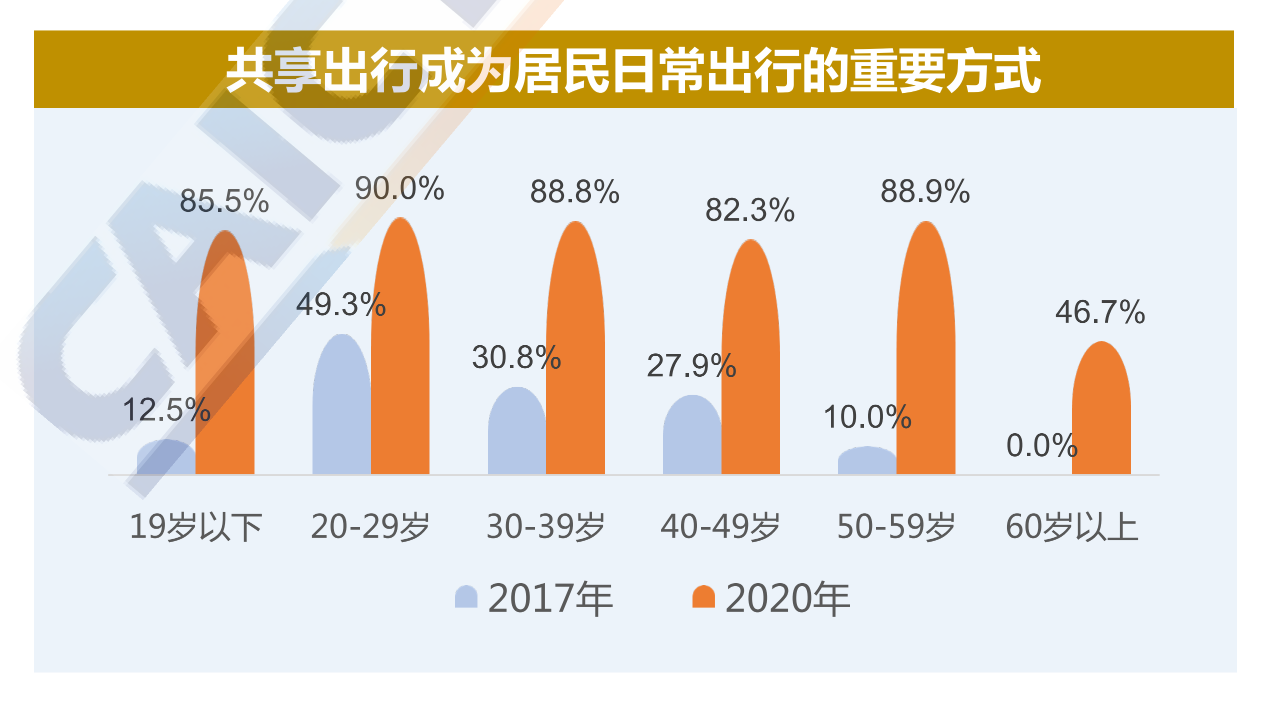
- **每天都用 7%**
- **每周都用 26%**
- **每月都用 25.4%**
- 偶尔用过 30.3%
- 从没用过 10.1%



05 共享消费成为日常生活方式

从2017年到2020年，共享服务的内容发生了很大变化。
从出行住宿，到即时递送，再到知识共享，共享服务的覆盖广度与使用程度日益深化。



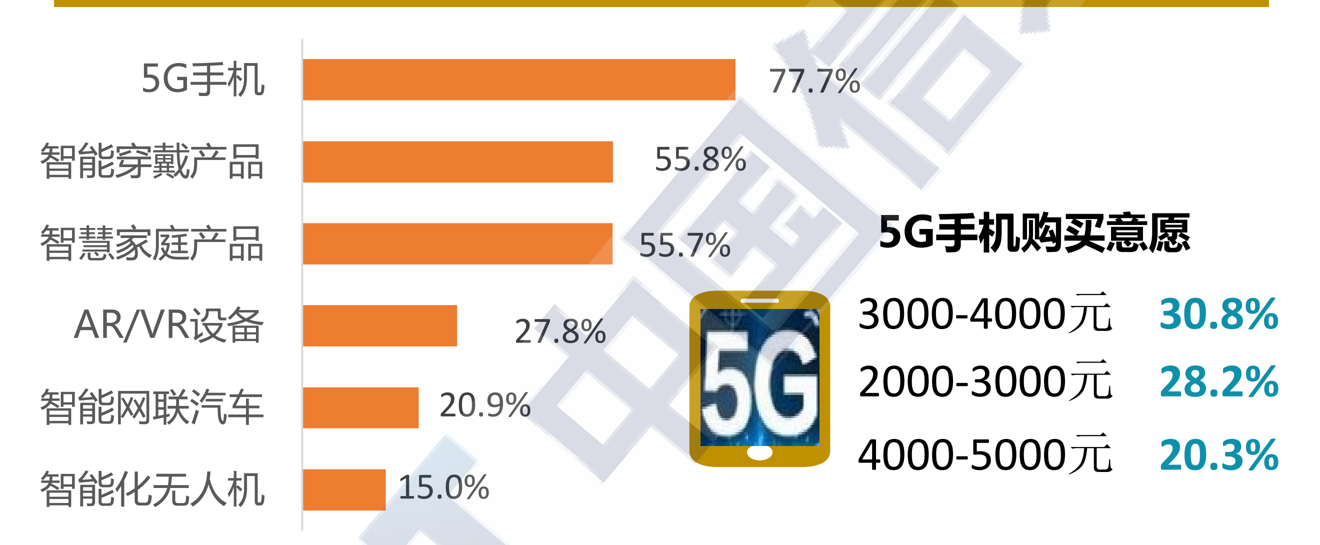


06 智能化集成化信息产品受到热捧

超过2/3的消费者对5G手机购买意愿强烈；智能网联汽车、无人机等新型智能产品的消费需求处于加速培育期。

综合集成的智能家居将加快从潜在需求走向实际生活。

5G手机及穿戴、家居等智能产品的购买意愿强烈



消费者期待全屋集成化的智能家居产品

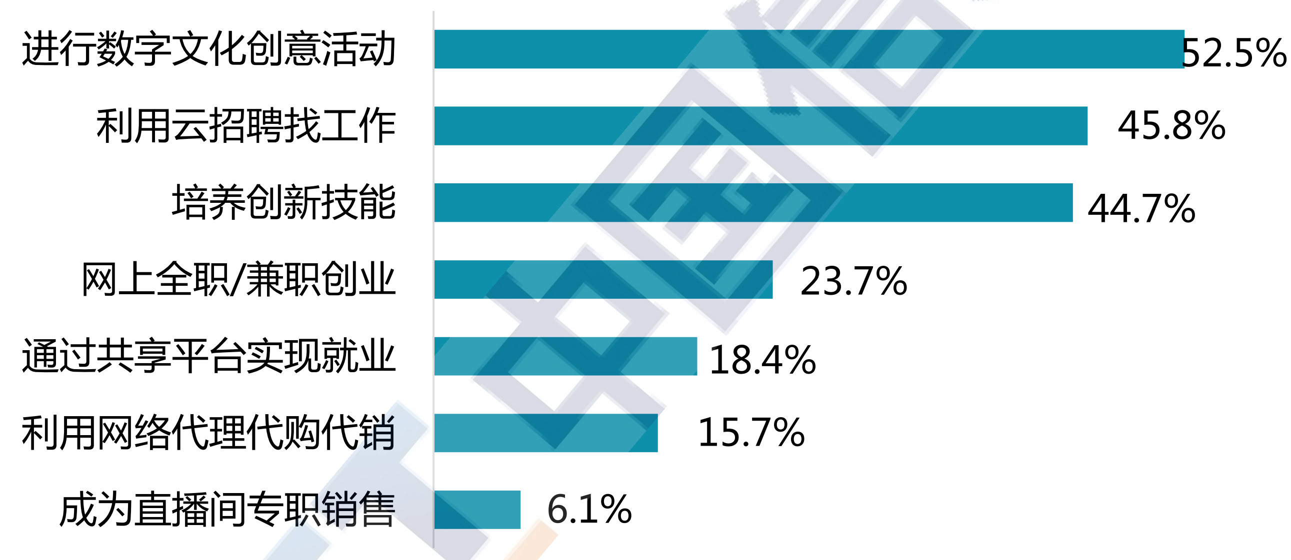
	持有率	购买意向
全屋智能家居产品	8.8%	66.2%
家居控制系统	19.2%	59.5%
智能安防设备	19.5%	57.4%

07 新职业、新就业孕育而生

电商、O2O、共享经济等新业态，以就业门槛低、就业时间灵活等优势，创造了大量就业机会。

互联网营销师、人才共享等新职业、新方式不断涌现。

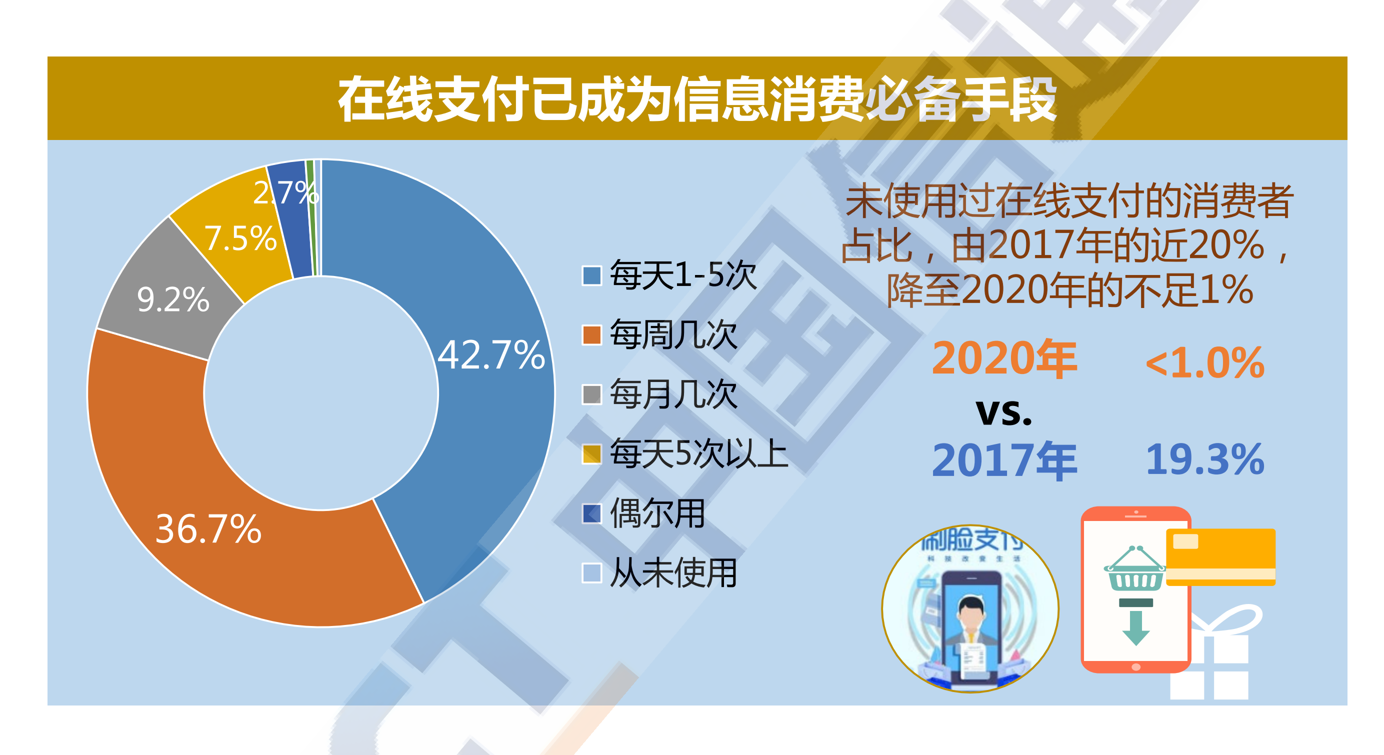
互联网新业态为职业/就业发展带来益处





08 在线支付手段更加智能便捷

刷脸支付、指纹识别、信用消费等不断提升智能支付体验。
从城市到乡村，消费者对外卖订餐的在线支付使用率依次降低，而在线娱乐支付使用率依次提高。



城市消费者更偏爱吃，乡镇则更愿意为娱乐买单

	一二线城市	三四线城市	县城/乡镇	乡村
购物	88.8%	84.7%	89.1%	89.6%
订餐	72.0%	65.8%	58.7%	40.3%
娱乐	21.6%	22.5%	26.0%	36.4%

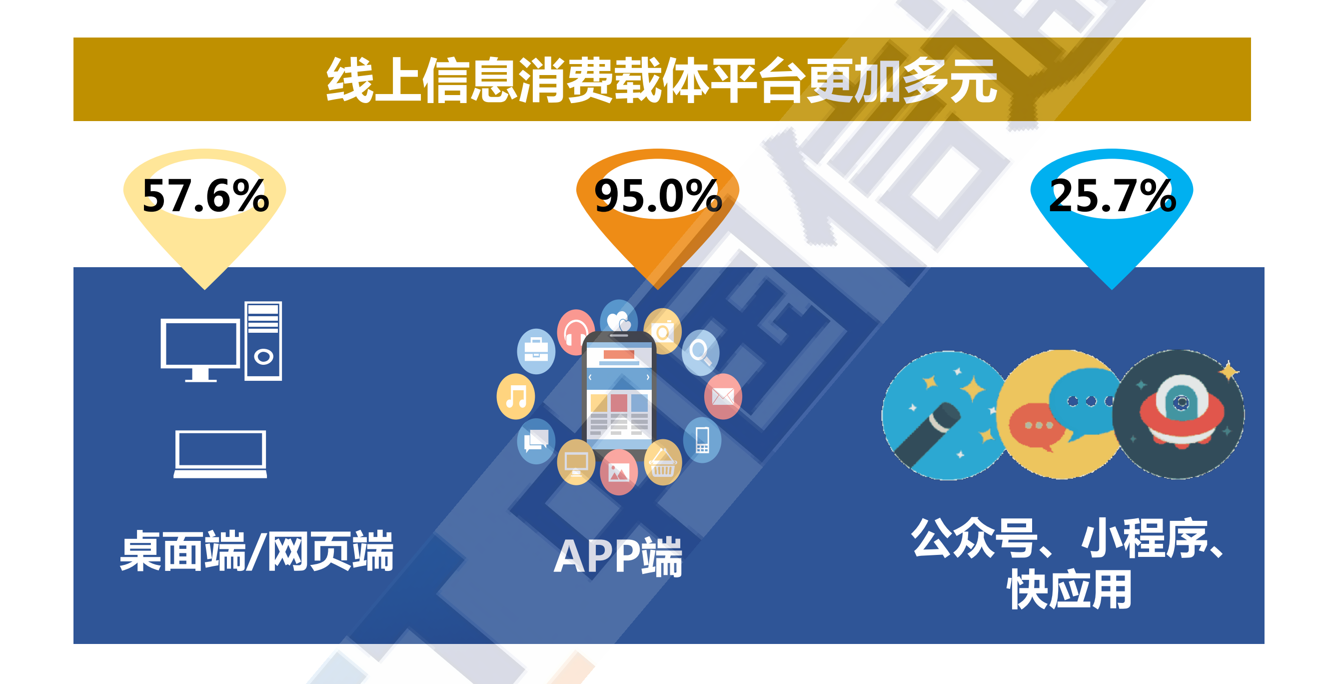
城市/乡镇 居民使用偏好情况

09 消费载体越来越丰富多元

手机APP端是当前主流的线上载体平台，公众号、小程序、快应用等轻量化载体逐渐兴起。

线下信息消费体验中心、信息消费体验馆等实体建设更加完善。

线上信息消费载体平台更加多元



线下信息消费载体建设日益完善，吸引消费者体验

三成去过并购买产品服务



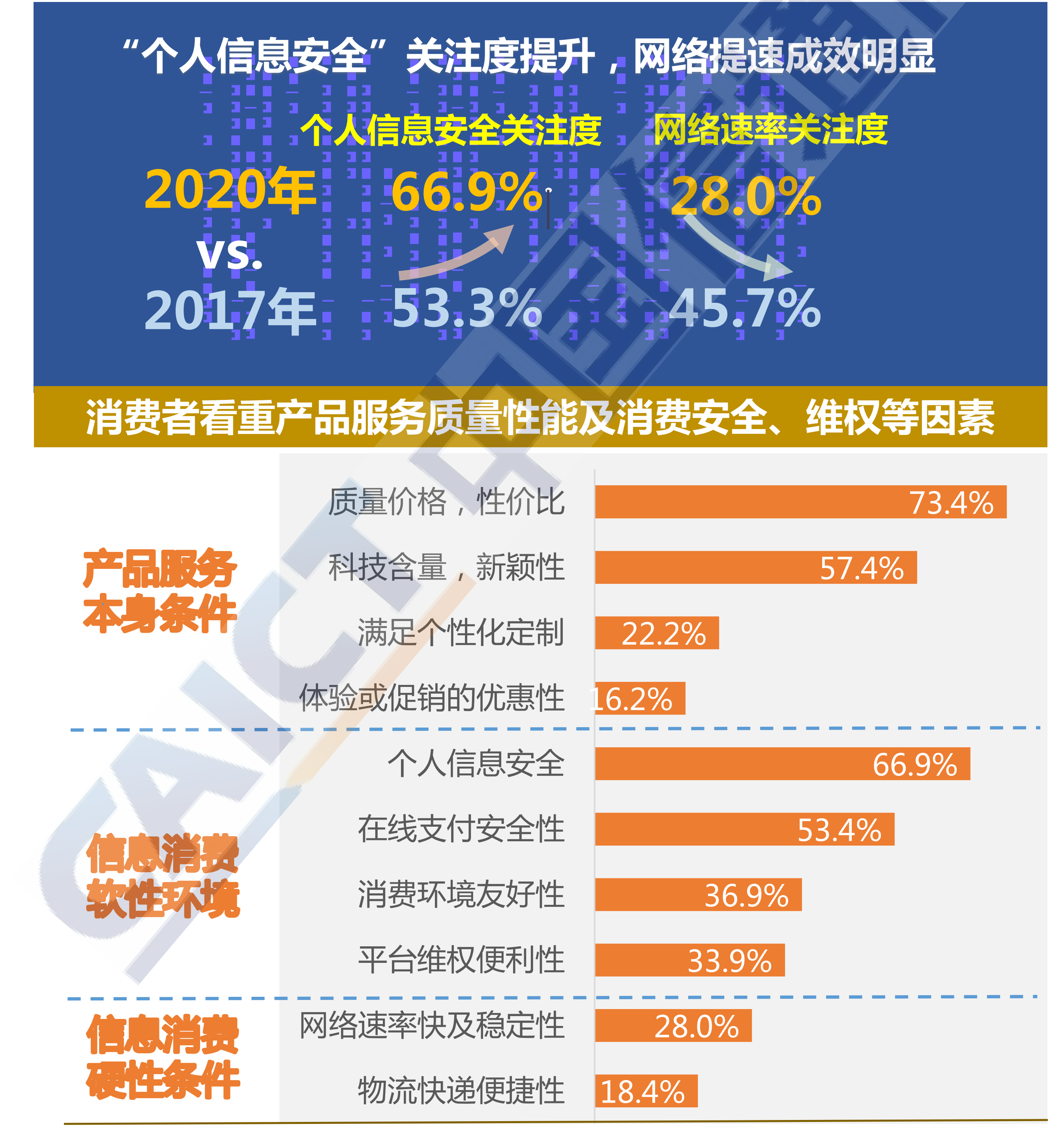
五成没去过，但有兴趣去

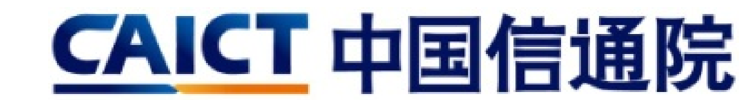


信息消费节、体验馆/体验中心参与度

10 信息消费需供给质量和环境保障护航

消费者关注产品服务本身的品质性能，特别是性价比和科技含量等。健康、安全、便捷的消费环境是消费者敢消费、愿消费的重要保障。





中国信息通信研究院
地址：北京市海淀区花园北路52号
邮政编码：100191
联系电话：010-62302667
传真：010-62304980
网址：www.caict.ac.cn

